

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**ZLATNE DVADESETE –
MODNA REVOLUCIJA U GODINAMA PROSPERITETA**

MARTA BOKO, TMD

Zagreb, rujan 2017.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

TEKSTILNO-TEHNOLOŠKI FAKULTET

Modul: Modni dizajn (MD)

ZAVRŠNI RAD

**ZLATNE DVADESETE –
MODNA REVOLUCIJA U GODINAMA PROSPERITETA**

MENTOR: izv. prof. dr. sc. Martinia Ira Glogar

MARTA BOKO, TMD

NEPOSREDNI VODITELJ: doc.dr.sc. Krešimir Purgar

Zagreb, rujan 2017.

UNIVERSITY OF ZAGREB

FACULTY OF TEXTILE TECHNOLOGY

Textile and fashion design

BACHELOR THESIS

GOLDEN TWENTIES –

FASHION REVOLUTION IN YEARS OF PROSPERITY

Advisor: Martinia Ira Glogar PhD, Associate Professor

MARTA BOKO, TMD

Thesis leader: Krešimir Purgar PhD, Assistant Professor

Zagreb, September 2017.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA:

Zavod za dizajn tekstila i odjeće

Modul: Modni dizajn

Broj stranica: 61

Broj slika: 27

Broj literarnih izvora: 14

Članovi povjerenstva:

1. Doc. Dr. sc. Krešimir Purgar
2. Izv. prof. dr. sc. Martinia Ira Glogar
3. Doc. Dr. sc. Nina Katarina Simončič
4. Dr. sc. Silva Kalčić

Datum predaje:

SAŽETAK

Završni rad „Zlatne dvadesete - modna revolucija u godinama prosperiteta“ поближе će analizirati jedno od burnijih desetljeća dvadesetog stoljeća. Kroz poglavlja će se analizirati društvene, političke i kulturne promjene koje oblikuju modu tog desetljeća. Rat i korjenite promjene društva tog vremena, imat će za posljedicu novi stil i način života. Europa se privikava na nove teritorijalne podjele, društvo se oporavlja od najvećeg ratnog sukoba u povijesti. S druge strane Atlantika Amerika predvodi tehnološki napredak, mnoštvo izuma olakšava svakodnevnicu, a masovna proizvodnja dovodi do pada cijena pa proizvodi postaju dostupni svima, što dovodi do procvata srednje klase i potrošačkog društva. Položaj žene nakon rata mijenja se nabolje, tehnički napredak omogućuje im slobodno vrijeme, a 1920. izglasan 19. amandman osigurava im i pravo glasa. Promjene načina života i novi svjetonazor snažno se reflektiraju u novom, slobodnijem načinu odijevanja koji ću detaljnije opisati kroz poglavlje mode.

Ključne riječi: dvadesete, revolucija, moda, napredak, sloboda

SUMMARY

This bachelor thesis, “Golden Twenties – Fashion Revolution in Years of Prosperity“, further analyses one of the most turbulent decades of the twentieth century. Social, political and cultural changes that form the fashion of that time are analysed in the chapters of the thesis. The war and radical changes of society of that time would have new style and new way of life as a consequence. Europe is getting used to new territorial divisions; the society is recovering from the biggest war conflict in its history.

On the other side of the Atlantic, America is the leader of the technological process; there are many new inventions that make everyday life easier and mass production leads to decline of prices, which makes the products available to everyone and results in flourishing of middle class and consumeristic society. The position of women changes for the better; technical progress enables women to have free time, and in 1920 the passing of the 19th amendment ensured them the right to vote. Changes in way of life and new worldview strongly reflect themselves in new, freer way of dressing that will be described in further detail in chapter on fashion.

Key words: the Twenties, revolution, fashion, progress, freedom

Sadržaj

1. UVOD	7
2. DRUŠTVENO-POLITIČKE OKOLNOSTI	9
2.1. Prvi svjetski rat	9
2.2. Tehnološki napredak	10
2.3. Razvoj potrošačkog društva	12
2.4. Uloga medija u dvadesetima	14
2.5. Prohibicija	15
2.6. Položaj žene u društvu	16
3. PROMJENE U KULTURI I UMJETNOSTI	18
3.1. Filmska umjetnost	19
3.2. Jazz doba	20
3.3. Književnost	22
3.4. Umjetnički pokreti	22
4. MODA	25
4.1. Ženska moda	26
4.1.1. Ženska odjeća	28
4.1.2. Donje rublje	31
4.1.3. Flapper djevojke	32
4.1.4. Rod i odjeća	33
4.1.5. Modni dodaci – žene	35
4.1.6. Frizura	37
4.1.7. Šminka	38
4.2. Muška moda	39
4.2.1. Svakodnevni izgled	40
4.2.2. Promjene u muškom odijevanju	40
4.2.2.1. Oxford hlače	40
4.2.2.2. <i>Blazer</i>	40
4.2.2.3. <i>Gangster look</i>	41
4.2.2.4. Muški modni dodaci	43
4.3. Sportska odjeća	43
4.4. Dizajneri	46
4.4.1. Paul Poiret	46
4.4.2. Mariano Fortuny	47
4.4.3. Coco Chanel	47
4.4.4. Elsa Schiaparelli	51
4.4.5. Jeanne Lanvin	53
4.4.6. Sonia Delaunay	53
4.4.7. Madeleine Vionnet	55
4.4.8. Jean Patou	54
5. ZAKLJUČAK	56
6. LITERATURA	57



Slika 1 Flapper djevojka

1. UVOD

Ovaj rad bavi se utjecajem društvenih okolnosti na modu i analizira koje su uzročno posljedične veze između mode i društva, i kako društvene promjene utječu na modu. Radi se o posebno burnom desetljeću koje je slijedilo mučnim godinama Prvog svjetskog rata i pandemije Španjolske gripe koje su svijet obojile pesimističnim osjećajem i tamnim bojama. Simbolično, pandemija gripe, još jedne katastrofe prethodnog desetljeća, završava upravo 1920. godine, kada počinje snažan napredak čovječanstva na svim planovima, gospodarskom, društvenom i umjetničkom, što dovodi do rasta optimizma. Nakon godina loših vijesti počinje povoljno razdoblje, raste industrijska proizvodnja i zaposlenost, snažno se razvija srednja klasa koja počinje konačno imati i slobodno vrijeme i novac, a masovna proizvodnja, u kojoj kvantiteta postaje važnija od kvalitete otvara vrata potrošačkom društvu.

Umjetnost, sada neopterećena ratom i katastrofama ima sve jaču potrebu odmaknuti se od tradicije i biti radikalna do mjere da potpuno negira sve ono što su donedavno bile osnovne karakteristike umjetnosti pa se javlja niz umjetničkih stilova i pokreta radikalnog izričaja poput dadaista, nadrealista, futurista, što se manifestira na svim poljima umjetnosti, od slikarstva do književnosti, gdje Joyce piše Uliksa, roman struje svijesti koji potpuno dekonstruira tradicionalne prozne oblike.

Duh optimizma i postojanje slobodnog vremena donose i potrebu za zabavom, koja vrlo brzo postaje snažnom industrijskom granom i slabi donedavno konzervativno, tradicionalno društvo. Bitnu promjenu položaja žene u društvu, koja sad ima slobodno vrijeme, i kojoj izboreno pravo glasa na izborima donosi i pravo na svoj stav i vlastiti glas u obitelji, vrlo brzo će prepoznati modna industrija koja se usmjerava upravo na novu, oslobođenu ženu kao novog potrošača. Žena više nije objekt, a konzervativni pritisci slabe, pa žena, donedavno vezana za kućne poslove, ima potrebu svojim odijevanjem pokazati i svoj stav, a ne više stav patrijarhalnog društva. Snažan razvoj medija, sve više novina i časopisa i široka dostupnost radija, otvaraju prostor reklami proizvoda i pojačavanju njegovog prisustva u svakodnevici što, zajedno s prihvatljivim cijenama, pogoduje prodaji. Film, s druge strane, kao najpopularnija umjetnost vremena promovira novu, emancipiranu, samosvjesnu ženu, koja postaje uzor ponašanja i izgleda.

Žena više nije samo potrošač koji poslušno kupuje ono što se nudi, nego i kreator modnih trendova pa se pojavljuje niz utjecajnih dizajnerica, od kojih je najpoznatija Coco Chanel.

Suknje postaju kraće, moda lepršavija, boje šarenije, a novi materijali sve prisutniji. Nestaje korzet, slobodno se pokazuju i ruke i noge, a ženska moda sve češće koristi elemente muške mode, jer suvremena žena odbija biti ono što se od nje očekuje. Nastupa novo oslobođeno modno vrijeme, u kojem sve postaje moguće.

2. DRUŠTVENO-POLITIČKE OKOLNOSTI

2.1. Prvi svjetski rat

Optimističnim dvadesetima prethodio je najveći oružani sukob u povijesti čovječanstva, Prvi svjetski rat kojeg je slijedila pandemija Španjolske gripe. Otvoreni rat dva suprotstavljena bloka, Antante i Središnjih sila započinje u srpnju 1914. i traje do studenoga 1918. godine. Ovaj oružani sukob bio je rat nezabilježenih razmjera, prvi rat u povijesti čovječanstva koji se proširio na globalnu razinu. Savez Antante činile su Francuska, Rusko Carstvo i Ujedinjeno Kraljevstvo, kasnije im se pridružuje Italija, a pri samom kraju i SAD. Središnje sile čine Njemačko i Austro-Ugarsko Carstvo, kasnije i Osmansko Carstvo i Bugarska. Uzroci rata su u sukobu interesa Antante i Centralnih sila i njihova borba za političku i ekonomsku dominaciju. Konkretna povod rata bio je ubojstvo Franje Ferdinanda, prijestolonasljednika Austro-Ugarske, kojega je u atentatu u Sarajevu ubio Gavrilo Princip, pripadnik političke organizacije Mlada Bosna. Malo nakon toga Austro-Ugarska objavljuje rat Srbiji, započevši lančanu reakciju, a za manje od mjesec dana veći dio Europe zahvaćen je ratom. U sukobu je sudjelovalo 36 država, a rat se vodio na području njih 14. Ukupno je mobilizirano oko 70 milijuna vojnika, 10 milijuna ljudi je poginulo, dok ih je 21 milijun ranjen.¹

Četverogodišnji rat uzrokuje raspad carstava i novu teritorijalnu podijelu Europe: raspadaju se Austro-Ugarsko, Njemačko i Osmansko Carstvo, a na ruševinama starog poretka nastaju brojne nove države. Rat završava serijom mirovnih sporazuma, od kojih je najvažniji Versajski ugovor, zaključen 1919. godine u dvorcu Versailles. Njemačka će morati plaćati ratne reparacije sljedećih 30 godina.

¹ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=59137> 15.08.2017.

Loši higijenski uvjeti i siromaštvo na samom kraju rata uzrokuju brzo širenje virusa Španjolske gripe, a razorna pandemija koja je trajala do lipnja 1920. odnijela je prema procjenama između 50 i 100 milijuna života diljem svijeta.²

2.2 Tehnološki napredak

Europa se još oporavlja od Prvog svjetskog rata, bilježeći nešto sporiji rast industrije,

dok Amerika predvodi razvoj nove tehnologije i raznih izuma.

Život u dvadesetima mijenjaju električna struja u kućanstvima i brojni izumi koji olakšavaju svakodnevni život i ostavljaju više vremena za slobodne aktivnosti. Izumi s početka stoljeća poput hladnjaka, perilice za suđe, radija, perilice za rublje i usisivača do dvadesetih su već u dobrom dijelu kućanstava. (Boyer 2006:16) Šivaći stroj krajem 19. stoljeća započinje industrijsku, mehaničku ali i kulturnu revoluciju.

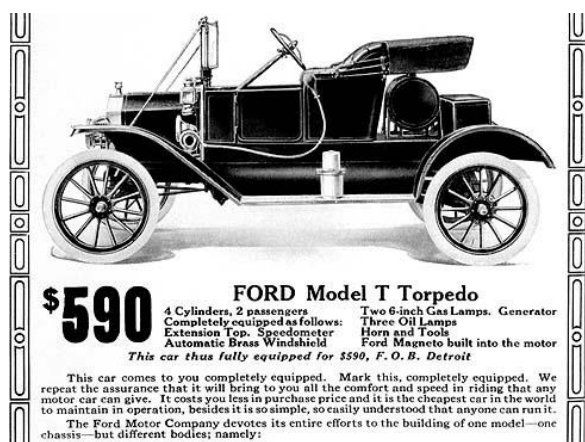


Slika 2 Časopis Radio News, 1923

Nova generacija šivaćih strojeva pokreće se pomoću električnog motora. Proizvodnja odjeće lagano se mijenja, prebacujući fokus proizvodnje s odjeće za pojedinca, na odjeću za široki krug potrošača.

² <http://time.com/3731745/spanish-flu-history/> 14.08.2017.

Diljem Europe i Amerike otvaraju se tvornice koje rade po Fordovom modelu proizvodnje. Svaki radnik bio je specijaliziran za poseban dio proizvodnje, ubrzavajući tako i sam proces proizvodnje. (Berg Encyclopedia 2010 vol 3: 113) Najveća promjena je prebacivanje fokusa proizvodnje s kvalitete na kvantitetu. Masovna proizvodnja približava odjeću i razne proizvode nižim slojevima društva, stvarajući glavnu skupinu potrošača, srednju klasu. Proizvodi koji su do tada bili dostupni samo bogatijim pripadnicima društva sada su dostupni većini stanovništva.



Slika 3 FORD Model T

Iako je prvi automobil proizveden krajem 19. stoljeća, u to je vrijeme za većinu stanovništva bio skup i nedostupan. Henry Ford započinje masovnu proizvodnju jeftinog automobila modela T. Fordova proizvodnja na traci smanjuje vrijeme izrade i sastavljanja

automobila s 12 sati na 1 sat i 30 minuta. Ford unosi goleme promjene u tadašnje društvo i način života, otvorivši niz mogućnosti za prosječne ljude, po mnogima pridonijevši razvoju srednje klase.³ Fordov model T omogućuje veću slobodu kretanja, a sredinom desetljeća počinju i prva putovanja zrakoplovom. (Boyer 2009: 18) Svijet se odjednom čini manjim i povezanim.

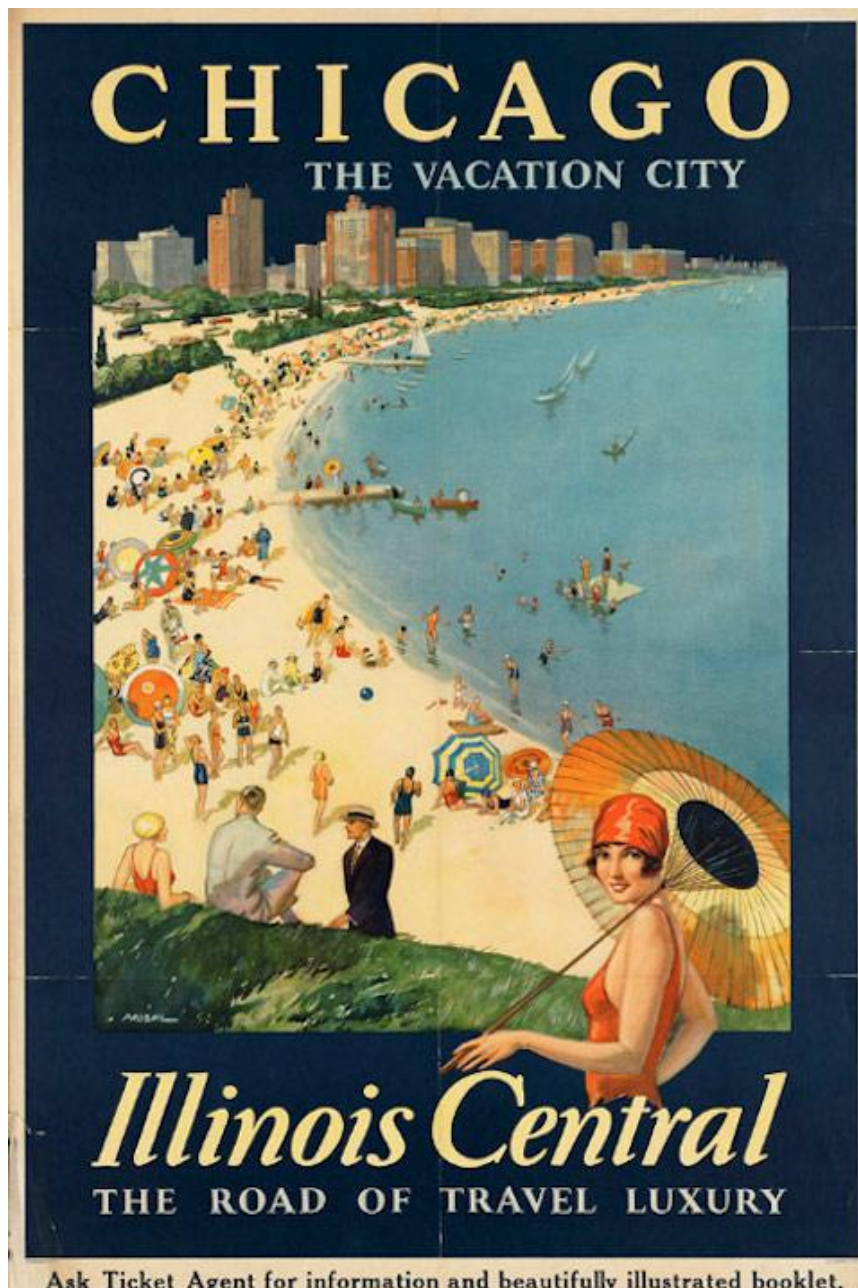
Radio daje ljudima osjećaj povezanosti, prenoseći glazbu, razne informacije i vijesti iz raznih dijelova svijeta. Sredinom dvadesetih godina u Americi, glazba je dominirala radio valovima, preko 70 % radio stanica puštalo je glazbu. (Marcovitz 2012: 47)

³ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=20114> , 15.08.2017.

2.3. Razvoj potrošačkog društva

Nakon godina loših vijesti počinje povoljno razdoblje, raste industrijska proizvodnja i zaposlenost, snažno se razvija srednja klasa koja počinje konačno imati i slobodno vrijeme i novac, a masovna proizvodnja, u kojoj kvantiteta postaje važnija od kvalitete otvara vrata potrošačkom društvu. Ljudi manje vremena provode na poslu, a mladi se ne zapošljavaju odmah po završetku srednje škole. Veliki broj njih upisuje fakultet, a slobodno vrijeme popunjavaju izlascima, ali i kupovinom. (Pendergast vol 4 2003: 727) Razvojem masovne industrije stvara se potrošačko društvo što ima bitan utjecaj na svaki segment života.

Automobil, donedavno luksuzan predmet, dostupan samo najbogatijima pojavom Fordovog modela T postaje dostupan i srednjem sloju društva, otvorivši nove mogućnosti transporta i rekreacije. Ljetovanja, zimovanja, rekreacija i putovanja postaju dio svakodnevnog života. Posjedovati ono što je moderno postaje temeljno obilježje društvenog statusa. Na Zapadu cvjeta jazz glazba i noćni klubovi, a masovna proizvodnja omogućava dostupnost proizvoda svim slojevima društva. Razvojem gospodarstva raste i potrošačka moć, pa se više novca može trošiti i na zabavu: odlazak u kino i noćne klubove postaje dio svakodnevnice. (Herald 2006: 15)



Slika 4 Oglas za putovanje

2.4. Uloga medija u dvadesetima

Razvoj radija i masovnih medija omogućava društvu pristup raznim informacijama, ali i snažno povećava marketinške mogućnosti prodaje proizvoda. Američki časopisi i novine privlače čitatelje upadljivim, šarenim naslovima i bogatim ilustracijama, započevši interes građana za događaje poput posjeta Princa Walesa, letova Amelie Earhart i Charlesa Lindbergha, uhićenja Al Caponea i otkrića Tutankamonove grobnice. Tisak, poput dnevnika *Daily Mirrora* i tjednika *Life* prikazuju razne ilustracije plesa, žena s cigaretama, parova na plaži i automobila. Svi tiskani mediji postaju široko dostupni, prodavajući se po niskoj cijeni na ulicama. (Lehman 2013: 14)

Glavni europski tiskani mediji za visoku modu je *Officiel de la Couture et de la Mode de Paris*, ali se pojavljuju i drugi mjesečni časopisi. Tjednik *Vogue* počinje izlaziti krajem 19. stoljeća u Americi. Prvi *Vogue* u Europi izlazi u Velikoj Britaniji 1916., a u Francuskoj 1920. godine (Berg Encyclopedia vol. 8 2010: 147) Prije razvitka modne fotografije, kreacije poznatih dizajnera crtali su modni ilustratori. Modne ilustracije u časopisima i novinama bili su jedina metoda predstavljanja kolekcija široj javnosti. (Herald 2006: 25)



Slika 5 Ilustracija Sonie Delaunay, 1925

2.5. Prohibicija

1919. godine izglasan je u Americi zakon o zabrani proizvodnje, točenja i konzumacije alkohola, poznatiji kao Prohibicija. Novi zakon uvodi se u cilju smanjenja zločina, korupcije i poboljšanja zdravlja i higijene u Americi, ali je imao sasvim suprotan efekt. To je vrijeme kad organizirani kriminal cvjeta, zatvori postaju prenapučeni, a korupcija policije i vlasti je na vrhuncu. I dok država gubi na porezima od prodaje alkoholnih pića, a važan industrijski segment propada – prosperiraju kriminalci. Prodaju i krijumčarenje alkohola preuzima mafijaško podzemlje, a kriminalci poput Al Caponea intrigiraju javnost puneći naslovnice novina. Veliki broj poznatih kriminalaca vodi poznate klubove gdje se pleše, pije i svira jazz, pa ti ilegalni klubovi postaju važna mjesta za zabavu i ples. Uzbudjenje pronalaženja mjesta gdje se može konzumirati alkohol i skrivanje od policije bile su glavne aktivnosti mladih tijekom tog perioda.

Paradoksalno, i prohibicija je pomogla u poboljšanju mjesta žene u društvu. S nestankom javnih barova za točenje alkohola, konzumacija alkoholnih pića izgubila je svoju *macho* konotaciju, što je rezultiralo povećanjem socijalne prihvatljivosti žena kao konzumenata alkoholnih pića u ilegalnim, polu-javnim prostorima. Žene, osim što su postale ciljane grupa u ilegalnoj industriji pića⁴ i same su dobile mjesto u kriminalnom miljeu, kad se otkrilo da su manje sumnjive policiji od muškaraca u ilegalnim poslovima s alkoholom⁵. Prije prohibicije žene koje piju u noćnim klubovima tretirane su kao nemoralne, taj ih je čin svrstavao među prostitutke⁶. Sada se percepcija žene u noćnom klubu ili baru mijenja, a žena s čašom pića u ruci postaje društveno prihvatljiva.

⁴ Blocker J.S. (2006). „Did Prohibition Really Work“, *American Journal of Public Health*. 96: 233–243

⁵ O'Donnell, J. „The Ladies of Rum Row“, *American Legion Weekly*, 1924: 3

⁶ Murphy M., "Bootlegging Mothers and Drinking Daughters: Gender and Prohibition in Butte Montana." *American Quarterly*, Vol. 46, No 2, Pg 177, 1994.



Slika 6 Prohibicija

2.6. Položaj žene u društvu

Od žena se u vremenima koja su Prvom svjetskom ratu očekivalo da strogo prate nametnuta pravila ponašanja, a onda očekivano i odijevanja. Glas žena utišan je na političkoj i osobnoj razini. Promjene se pojavljuju na obzoru, ali se patrijarhalno društvo još uvijek svim snagama trudi zadržati tradiciju.

Krajem stoljeća pokret sufražetkinja radikalnim djelovanjem bori se za položaj žena u društvu, a borci za prava žena govore i o odjeći, tvrdeći kako ona onemogućuje ženama normalan život, čime ih se ograničava u sudjelovanju u društvu.

Paradoksalno, i blagdan Majčin dan, koji navodno slavi ženu i majku zapravo je uveden 1914. godine kako bi podsjetio žene da im je jedina uloga ona majke i domaćice. (Lehman 2013: 29)

Premda društvene promjene započinju još krajem 19. stoljeća, veliki ratni sukob prava je prekretnica za status žene u društvu, pa se može reći da upravo Prvi svjetski rat razbija stoljećima stare predrasude o ženama. Naime, za vrijeme rata žene, koje ostaju kući dok su muškarci na ratištu, zamjenjuju mjesta s muškarcima, jer mogu obavljati sve ono što je dotad obavljao muškarac. Dijelom i zbog toga završetkom rata dobivaju novi status u društvu: s pravom glasa osvajaju novu, do tada nezamislivu slobodu. Žensko pravo glasa, ali i tehnološki napredak kojim dio poslova u kućanstvu preuzimaju strojevi, što ženi stvara slobodno vrijeme, stvaraju slobodu za spol, koji se rado naziva *slabijim*. Te bitne promjene načina života i onoga što ženska sloboda nosi postat će vrlo brzo vidljivo u svakom segmentu društvenog života, u kojem sad i žene počinju igrati važnu ulogu.

3. PROMJENE U KULTURI I UMJETNOSTI



Slika 7 Tamara Lempicka: Autoportret

Dvadesete godine razdoblje su značajnog umjetničkog razvoja u kojem su nastali brojni umjetnički pokreti čiji su utjecaji na umjetnost, arhitekturu i dizajn primjetni i danas. Stilovi dvadesetih šire se u svim umjetničkim segmentima pa ih odražavaju i književnost i slikarstvo i arhitektura i film dizajn, ali i ostali umjetnički izrazi. Razvija se i snažna međuumjetnička suradnja, pa Ruski balet Djagiljeva producira balet *Plavi vlak* u kojem je Bronislava Nižinska koreograf, Jean Cocteau piše scenarij, Coco Chanel kreira kostim, a kubist Henri Laurens kostimografiju. I

konačno, zastor u predstavi napravljen je po Picassovoj slici.⁷ Dominantni pokreti/stilski pravci tog vremena, od kojih su neki nastali i nešto ranije, su dadaizam, nadrealizam, kubizam i ekspresionizam, Breton u toj dekadi objavljuje svoja dva Nadrealistička manifesta, dok u arhitekturi Gropius stvara Bauhaus, a Le Corbusier objavljuje *Prema arhitekturi*, manifest koji će bitno utjecati na kasnije generacije. I u dizajnu, kao i u arhitekturi prevladava stil Art deco.

Posebno su zanimljivi događaji u umjetnosti Sovjetskog Saveza, koji se ne razvija u duhu potrošačkog društva, a koja nakon revolucije razvija novu slobodu i snažnu umjetničku scenu poznatu pod zajedničkim nazivom Ruske avangarda, koja nažalost neće dugo potrajati.

⁷ [https://en.wikipedia.org/wiki/Le_Train_Bleu_\(ballet\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Le_Train_Bleu_(ballet)) 20.08.2017



Slika 8 Ruski balet: Bakstov kostim za Kleopatru

3.1. Filmska umjetnost

Film, kao još uvijek nova umjetnost, u ovom razdoblju dobiva snažan zamah i postaje sve popularniji, pa odlazak u kino postaje dio svakodnevnog života. Dvadesetih godina filmska industrija cvjeta, a godišnje se snima i do 800 filmova. (Boyer 2009: 33) Potkraj razdoblja pojavljuje se prvi zvučni film, koji će označiti kraj filma kakav smo do tada

poznavali. Musical *Pjevač jazza* snimljen 1927. označava prekretnicu u filmskoj industriji. (Marcovitz 2012: 45)

Kao najpopularnija vizualna umjetnost razdoblja film počinje bitno utjecati na društvo i posebno na modne trendove. Glumice poput Clare Bow, Louise Brooks, Glorie Swanson, Thede Baro, Joan Crawford i Grete Garbo postaju glavni izvor inspiracije za žene diljem Amerike, ali i Europe. (Marcovitz 2012: 45)

Produksijske kuće biraju glumce i glumice koji će biti utjelovljenje modernog pripadnika društva. (Boyer 2009: 35) Mlade žene poistovjećuju se sa svojim idolima, kupuju odjeću poput njihove, šišaju kosu i šminkaju se poput njih, čak se i oponašaju njihove kretnje i držanje. Clara Bow bila je savršen primjer *flapper* djevojke, inspirirajući mnoge frizure i izgled mladih djevojaka. (Petro 2010: 110) Hollywood iskorištava lik moderne, slobodne djevojke u filmovima kao način zarade i širenja potrošnje među mlađim gledateljima, znajući kako je ta demografska skupina najpodložnija trendovima. Pisci, redatelji i marketing stručnjaci pažljivo su stvarali imidž likova u filmovima. Među ženskom populacijom najpopularniji je glumac Rudolph Valentino, fatalni Talijan mistična pogleda, često u ulogama egzotičnih likova. (McEvoy 2009: 15) Njegova nagla smrt uzrokuje masovnu histeriju i puni brojne novinske stupce. Za mnoge zvijezde filmova vežu se skandali, stvarajući veliko zanimanje javnosti, a glumci uskoro postaju glavne teme novina i časopisa.

3.2 Doba jazza

Glazba postaje bitan dio svakodnevnog života, a najnoviji trend postaje jazz, pa se razdoblje dvadesetih često i naziva Jazz doba. Taj jedini autohtoni američki glazbeni oblik nastaje početkom stoljeća na ulicama, u barovima i noćnim klubovima New Orleansa, a kasnije se širi i na druge američke urbane cjeline. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 3: 293) Sam termin jazz prvi put se koristi 1917., a u dvadesetima doživljava nevjerojatnu popularnost.

Zahvaljujući radiju i poboljšanim uvjetima za snimanje, glazba se lakše prenosi do masa, a pojavljuju se i prve izdavačke kuće. Živahan ritam, improvizacija i elementi afričke glazbe čine jazz glazbenom podlogom nove ere. Za mnoge je predstavljao prijetnju, pomicao je granice između rase i spola, isticao seksualnost i neprimjereno ponašanje mladih, a starije su generacije jazz smatrale divljačkom, neciviliziranom glazbom.



Slika 9 Klupske plesačice dvadesetih

Chicago i New York postaju središta jazz glazbe i noćnog života, a da je riječ o utjecajnoj i komercijalnoj glazbi vremena govori i činjenica da je poznati *Chicago Sunset Cafe* gdje je često nastupao Louis Armstrong bio u vlasništvu samog Al Caponea. (Curell 2009: 98) Newyorški *Cotton Club* bio je mjesto gdje su nastupale mnoge zvijezde jazza, Duke Ellington, Count Basie, Bessie Smith, Ella Fitzgerald i Cab Calloway. Iako su to bila žarišta jazz ljubitelja i glazbenika, a izvođači su u pravilu Afroamerikanci, njima je ulaz bio zabranjen, pa su publiku sačinjavali isključivo bijelci, što govori o dubokim podjelama u američkom društvu. (McEvoy 2009: 17) Jazz inspirira i i brojne plesove koji se šire diljem kontinenta poput *charlestona*, *black bottoma* i *shimmyja*. Raste zanimanje za mjuzikle i plesne nastupe, no za te su priredbe ulaznice skupe, pa ih mnogi ne mogu priuštiti. Zato sve

popularniji postaju plesni maratoni gdje natjecatelji plešu satima, nekad i danima, a za 25 centi publika je mogla uživati u glazbi i plesu sve do kraja natjecanja. (Marcovitz 2012: 30)

3.3 Književnost

Kao i umjetnost, i književnost dvadesetih reagira na društvene promjene. Sam rat i njegove posljedice na društvo teme su koje se protežu kroz djela, ali se, kao i u društvenom životu pojavljuje ideja hedonizma i glamuroznog životnog stila. F. Scott Fitzgerald objavljuje roman „Veliki Gatsby“ 1925. godine, djelo koje daje odličan uvid u tadašnje društvo koje mu služi kao inspiracija i motiv za likove. Detaljni opisi likova, zabava i odjeće, odličan su izvor informacija i uvid u način života tog perioda dekadencije i slobode. Za mnoge je ovo poslijeratno razdoblje bilo vrijeme velikih promjena i nemogućnosti prilagodbe. Vrlo je zanimljiva književnost tzv. *Izgubljene generacije* skupine značajnih američkih pisaca koju su činili T.S. Elliot, F. Scott Fitzgerald, Ernest Hemingway, Gertrude Stein, Ezra Pound, John Dos Passos i drugi. Dvadesetih su napisani mnogi klasici, pa i najznačajnije knjige 20. stoljeća. Već nabrojanje najvažnijih pokazuje o kakvom se književnom razdoblju radi: Joyce piše *Uliksa*, a dio naklade uništen je u Americi, jer je knjiga nazvana opscom. Hemingway dvadesetih piše *A sunce izlazi* i *Zbogom oružje*, Hesse objavljuje *Sidartu*, Gibran *Proroka*, Virginia Woolf seriju svojih klasika, Kafka *Proces*, T. S. Eliot *Pustu zemlju*, Remarque *Na zapadu ništa novo*, Thomas Mann *Čudesnu goru*, Faulkner *Krik i bijes*, Bulgakov počinje pisati *Majstora i Margaritu*...

3.4. Umjetnički pokreti dvadesetih

Brzina, dinamičnost i trijumf tehnologije inspiriraju novi kulturni pokret u Italiji, futurizam, predvodi ga Filippo Tommaso Marinetti. Veliča brzinu, raskid s tradicijom,

militarizam i rat. Pokret ima utjecaj na književnost, slikarstvo, arhitekturu, film i fotografiju. Pokret je stekao popularnost i u Rusiji, a u Italiji, s vremenom, ideologija rata, agresije i nacionalizma dovode do povezivanja s fašizmom.

Giacommo Balla, pripadnik futurista, piše futurističke modne manifeste. Objašnjava kako je suvremena odjeća teška i dosadna, dok će odjeća futurizma biti dinamična, agresivna i asimetrična. U manifestima se objašnjava kako moda predstavlja priliku za odbacivanje monotonije prošlosti, pomoću živahne odjeće. Ukazuje na direktnu povezanost između izgleda odjeće i ponašanja i emocija pojedinca koji je nosi. (Posman 2013: 69)

Još jedan poznati pripadnik futurista bio je Ernesto Michahelles, poznatiji kao Thayaht. On dizajnira i predstavlja TuTu kao univerzalni, revolucionarni, moderni odjevni predmet.⁸ Art Deco novi je dekorativni stil

dvadesetih s utjecajima kubizma, secesije i futurizma. Javlja se u arhitekturi, slikarstvu, kiparstvu, ilustracijama mnogim drugim područjima umjetnosti. Spoj mekanih, simetričnih formi i bogate dekorativnosti popularizira ovaj stil i u modi. 1925. godine u Parizu se održava izložba *Exposition des Arts Decoratifs et Industriels Modernes*. U više paviljona izlagali su selekciju raznih umjetnosti sa svih strana svijeta, a dva paviljona bila su posvećena visokoj modi Francuske. (Herald 2006:12) Stil nešto kasnije



Slika 10 Pariška izložba *Exposition des Arts Decoratifs et Industriels Modernes* 1925

dobiva ime Art Deco, upravo po toj pariškoj izložbi. Moda pod utjecajem Art Decoa može se podijeliti u dva razdoblja. U prvom razdoblju stvarali su Paul Poiret i Jean Lanvin, a karakteriziraju ga naglašen orijentalizam i žarke boje. U drugom razdoblju, nešto

⁸ <https://theartstack.com/artist/thayaht/tuta>, 13.08.2017

jednostavniji, sportski izgled je popularniji. U tom razdoblju kreiraju dizajneri poput Coco Chanel i Jean Patou. (Steele 2005: 77)

Nadrealizam se kao kulturni pokret javlja ranih dvadesetih, postupno se širi na vizualne umjetnosti, kazalište, glazbu i modu. Glavna filozofija nadrealizma bila je raskid s realnošću i tradicijom i logičnim razmišljanjem. Inspiracija im je Freud, i njegova proučavanja podsvijesti i snova. Elsa Schiaparelli najpoznatija je dizajnerica koja sjedinjuje modu i umjetnost. Njene umjetničke suradnje s nadrealistima predstavljaju nove interpretacije svakodnevnih objekata i odjevnih predmeta, stvarajući kultne odjevne predmete koji su bili inspiracija mnogim budućim dizajnerima. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 526) Umjetnici poput Dalija, Magritta, Eschera i Miroa uvode nas u svijet iracionalne kompozicije i podsvijesti.

4. MODA

Prijelaz stoljeća donosi znatne promjene, pa počeci masovne proizvodnje i industrijalizacije već ostavljaju trag u odijevanju. Novi materijali dolaze na tržište, razvija se tehnologija za bojanje i deokraciju materijala, što utječe na cijenu odjeće, ali i trajnost odjeće u uporabi. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 3: 61)

Većina starijeg stanovništva još se odijeva u skladu sa starim pravilima odijevanja. Hlače, novi način odijevanja i ponašanja nisu prihvaćeni od strane starije generacije, pa se stvara međugeneracijski modni jaz. (Lehman 2013: 7)

Mlađi pripadnici društva ti su koji predvode novi pokret rapidnih promjena, imaju slobodu o kakvoj su njihovi roditelji mogli samo sanjati. Pripadnici mlade generacije bune se protiv zastarjelih pravila, a završetkom rata odbacuju skromnost i nesigurnost i zamjenjuju ih onim što je moderno i ekstravagantno. Ukratko, sami predvode modnu revoluciju i novi životni stil, bez ikakvih pravila. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 3: 338) Modno osviještene žene inspiriraju se trendovima Pariza, gdje putuju ili odakle naručuju odjevne predmete za novu sezonu. Neke su imale privatne krojače koji su izrađivali odjeću po posljednoj pariškoj modi viđenoj u modnim časopisima. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 3: 236)

Muškarce zainteresirani za praćenje mode, ako si to mogu priuštiti, putuju u London, gdje imaju osobne stiliste i krojače koji im kroje ili šalju odjeću po posljednoj modi. „Imam u Engleskoj čovjeka koji me opskrbljuje robom. Početkom svake sezone, u proljeće i jesen, šalje mi izbor ovakvih stvari.“ (Fitzgerald 2002: 91)

Ready-to-wear trgovine otvaraju se diljem Amerike, prateći trendove s fotografija i modnih časopisa. (Lehman 2013: 50)

Europa ima modnu prednost u odnosu na SAD, pa francuski dizajneri prodaju svoje ideje i dizajn za američke trgovine, a tijekom desetljeća raste prodaja kopija, onih sa certifikatom, ali i ilegalnih. Neki dizajneri svoja su modna rješenja slali preko Atlantskog

oceana, gdje su se izrađivale kopije. Katalog robne kuće Sear's iz 1927. godine reklamirao je kaput uz opis: „Ovaj kaput izravna je reprodukcija originalnog modela Paula Poireta, poznatog pariškog dizajnera“. (Lehman, 2013: 18)

Modne kuće predstavljaju kolekcije za nadolazeću sezonu na živim modelima. Kako odabir modela bitno utječe na prezentaciju kolekcije, Jean Patou, ali i ostali dizajneri, često biraju visoke, vitke modele za predstavljanje haljina za sljedeću sezonu. Visoka moda vrlo je skupa i ekskluzivna za razliku od masovno proizvedene odjeće, a klijenti iz visokog društva mogu izabrati poseban dizajn za sebe, koji se zatim povlači iz prodaje, tako da se osigura ekskluzivnost i onemogućiti izrada kopije njihove haljine. (Herald 2006: 13) Modne kuće osiguravaju personaliziran i poseban tretman za bogatiju klijentelu.

4.1. Ženska moda

Ženska moda do Prvog svjetskog rata odlikuje se strogim modnim pravilima, koja ograničavaju slobodu kretanja. Odjeća žena u to vrijeme nije dopuštala prevelike kretnje, nije bila ni praktična ni ugodna za nošenje. Pretjerana rekreacija i pokazivanje emocija do dvadesetih godina nisu bili društveno prihvatljivi. (Simončič 2012: 54, 100)

Žene još uvijek nisu potpuno slobodne, ali se polako i sigurno približavaju položaju muškarca. Od žena se u to vrijeme još uvijek očekuje da nose korzete, a bujno poprsje, uzak struk, naglašeni bokovi i stražnjica još su raširen trend. Na prijelazu stoljeća silueta se lagano mijenja: iako je S silueta još prisutna, nešto jednostavniji izgled je popularniji.

Nakon rata masovna proizvodnja donosi promjene i nova tehnološka dostignuća u domaćinstva. Vrijeme koje su žene do tad provodile u obavljanju kućanskih poslova sada mogu iskoristiti za izlaske i rekreaciju, a upravo širenje rekreacije kao trenda povećava i popularnost sportske odjeće za muškarce i žene. Mlade žene sad odbacuju nametnuta pravila odijevanja, govora i držanja. Njihova pojava i maniri otkrivaju novu ženu koja može

sudjelovati u istim aktivnostima kao i muškarci. (Hamlin 2004: 8) Sa širom odjećom žene dvadesetih dobivaju slobodu kretanja, pa lakše mogu voziti automobil, prekrižiti noge, plesati i baviti se raznim aktivnostima. (Lehman 2013: 34) Najveća promjena u odijevanju je nova silueta, niži struk i skraćivanje suknje, te otkrivanje ruku i nogu. Sredina nožnog lista sve do 1922. bila je optimalna dužina suknje. Linija struka počela se lagano spuštati već krajem 1910-ih, da bi se kroz dvadesete spustila sve do bokova.⁹ Odjeća postaje jednostavnija, šira i ugodnija za nošenje. Žene sada voze automobile, bave se sportom, upravljaju zrakoplovima i



Slika 11 Moderne žene

rade, a odjeća je ogledalo tih promjena i novog životnog stila.

Odjeća je sada prilagođenija novom položaju žena, funkcionalnija je i slobodnija. Suknja pada ravno, cilindrična je i skriva oblik tijela. Grudi su nenaglašene, često su se koristili steznici za ravniji, nerazvijeniji izgled. Idealna žena je visoka, mršava, pomalo dječaćkog izgleda. Suknje tog doba skrivaju ženske obline širokim strukom, tkanina je često vezana trakom oko bokova, ponekad i džepovi služe funkciji spuštanja struka. (McEvoy 2009: 11) Materijali poput

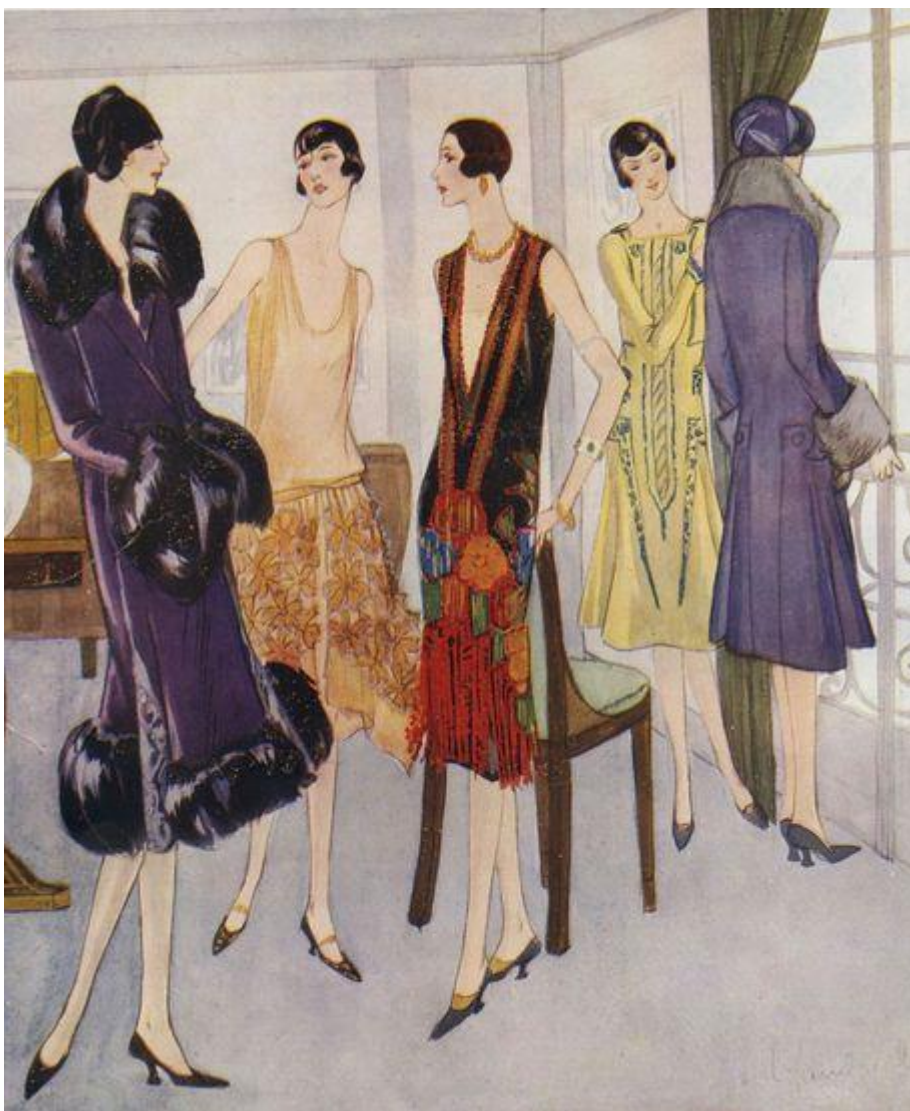
pamuka, satena i svile i dalje su popularni, no na tržištu se pojavljuje mnoštvo novih sintetskih tkanina primjerice rayon - umjetna svila. Ona se proizvodi od 1910. godine u SAD-u pod imenom i predstavlja odličnu zamjenu za svilu. Ima lijep pad i sjaj, baš poput svile, puno je jeftinija i dostupnija, lako se održava i može se miješati s pamukom i vunom (Lehman 2013: 21)

⁹ <http://www.1920s-fashion-and-music.com/1920s-fashion.html>

4.1.1. Ženska odjeća

Jednostavniji dnevni izgled uključivao je odjeću-suknju do sredine listova, uz neizostavan spušten struk. Dnevna haljina nema duboki izrez, često je horizontalno rezana, od lepršavih materijala, pamuka i vune. (McEvoy 2004: 11) Pojavljuje se i trend dubokog V izreza za večernji *look*, a detaljno ukrašena potkošulja često se otkrivala između izreza. Jutarnjim haljinama često se dodavao i okrugli, široki ovratnik i lepršavi rukavi. Haljine su se ukrašavale sitnim printom cvijeća i geometrijskih oblika u tada popularnoj bijeloj, plavoj i raznim pastelnim bojama. Svečani večernji izgled činila je haljina istog jednostavnog oblika kao i dnevna varijanta. Razlika je bila u materijalu, šivane su od finijih materijala poput svile i šifona. Odjeća se ukrašava perlicama, trakama, naborima i krznom, a dodaje se i prozirni komad tkanine koji se nosi poput šala. (Pendergast 2003: 726)

Haljine se ukrašavaju remenima, gumbima, vrpčama, umjetnim cvijećem, broševima, biserima, resicama i perjem.



Slika 12 Ženski stil dvadesetih

Popodnevne haljine odijevale su se za šetnju, putovanje, odlaske u restoran i kupovinu. Silueta je ista kao za večernju i dnevnu haljinu, najčešće bez rukava. Duljina je varirala od lista do gležnja sa prednje strane, a različitih duljina sa stražnje. Izrađuju se od svila, lana, vune, pamuka i reyonu. Tkanine su jednoboje sa dekoracijom, s uzorkom ili u kombinaciji boja. Druga popularna opcija bilo je žensko odijelo, bluza u kombinaciji sa suknjom i odgovarajućom jaknom koja je oblikovala dječjačku siluetu. (Lehman 2013: 26)

Odijela se izrađuju od vune, svile i lana. Kaputi različitih duljina, stilova i materijala nose se kao dio noćne ili dnevne odjeće, debljine materijala ovisno o godišnjem dobu, često obrubljeni krznom (Lehman 2013: 31)

Žene slabijeg imovinskog stanja oslanjaju se na svoje krojačice koje su pažljivo pratile nove siluete prikazane u modnim časopisima i ilustracijama.

Kopije europske dizajnerske odjeće, sa certifikatom ili bez njega, koje se pojavljuju na tržištu, za neke žene u SAD-u jedini su način kako bi došle do posljednje mode s ulica Pariza po pristupačnoj cijeni. (Berg Encyclopedia vol 3: 98)

Kako većina haljina nije imala neke velike razlike u izgledu, tako ni kroj nije bio kompliciran. Upravo taj jednostavan kroj, masovna proizvodnja i laka izrada čine modernu odjeću dostupnu svim slojevima društva. Modni časopisi imaju bogatu ponudu papirnatih krojeva, pa žene mogu same šivati odjeću ili naručiti poštom preko kataloga iz robnih kuća kao što su Sear's, Roebuck i druge. (McEvoy 2009: 10)

Iako se veliki broj haljina kopira među nižim slojevima, detaljna dekoracija i skupi materijali teško se nabavljaju, ali i oponašaju. Također, iako cvjeta masovna proizvodnja i univerzalan stil haljina, između *Haute Couture-a* i masovno proizvedene odjeće vidljiva je velika je razlika. (Herald 2006: 15)

4.1.2. Donje rublje

Nova silueta i laganije haljine unose promjene u izgled donjeg rublja. Donje rublje treba izgledati privlačno i lijepo, jednako kao i gornja odjeća dame dvadesetih godina. Najpopularniji materijali uključuju svilu, pamuk i *rayon*, isplativiju varijantu svile. Dobra bojivost *rayona* rezultira paletom pastelnih boja poput svijetlo roze, plave i narančaste. Rublje se dekorira čipkom, uvezivanjem i ukrasnim trakama i gumbima. (Lehman 2013: 38)



Slika 13 Oglas za žensko donje rublje

Žene sitnije građe nose tanak sloj rublja bez puno zatezanja, dok žene naglašenijih oblina moraju oblačiti steznike. Iznad steznika nosila se fina potkošulja koja je pokrivala neravnine i linije nastale na stezniku. (Pendergast vol. 4 2003: 729) Dječjački izgled postigao se dugim korzetom, točnije elastičnim steznikom koji je sve držao na mjestu, smanjujući grudi i bokove. Grudnjak je bio prisutan u dvadesetima, sa sasvim drugačijom svrhom nošenja, bez košarica je i isključivo služi za postizanje toliko popularnog

nerazvijenog izgleda. (Pendergast vol. 4 2003: 729)

Žene su tada nosile i kombine, bez rukava, stegnut u struku i koljenima, najčešće od svilenih i pamučnih tkanina, u rozoj, bež i ostalim svijetlim pastelnim nijansama. Većina donjeg rublja nije bila prikladna za nošenje ispod kratke haljine za noćni izlazak. *Step in*

košulja savršeno je rješenje za kratke haljine jazz ere. Ispod prozirnih haljina nose se *slip* haljine, pa se pri kupnji same haljine često dobiva i odgovarajuća *slip* haljina.

4.1.3. Flapper djevojke

Nove djevojke samouvjerene su i koketne, utjelovljenje su duha novog vremena, i pojavljuje se naziv *flapper* djevojke. Tim se nazivom definira žena koja nosi kraću suknju, ima kratku, bob frizuru, sluša jazz i pokazuje otvoreni prezir prema onome što se smatra *prihvatljivim ponašanjem*. Izgled su održavale dijetama, jer dječjački *slim* izgled postaje bitan dio izgleda *party* djevojaka. Tipična flapper haljina bila je bez rukava, spuštена struka, nekada dužine do iznad koljena. Prekratka haljina tih je dana znala izazvati i novčanu kaznu, zbog *nemorala*. (Pendergast vol. 4 2003: 732)

Izrez haljine rezan je vodoravno, ponekad U ili V oblika. Haljine su šivane od prozračnih materijala poput svile i šifona ili novog materijala, umjetne svile. Koriste se razni kamenčići, biseri i perlice za ukrašavanje haljine, a ponekad su perlice naslagane po dnu



haljine. Te su haljine su svjetlucale i privlačile pažnju dok su mlade djevojke plesale tada moderne plesove, a nosile su i čarape boje kože pridržane halterima koji su se otkrivali dok su plesale. Izrada samih haljina nije bila komplicirana, ali bi naknadno bogato dekoriranje perlicama i trakama produžilo vrijeme izrade. (McEvoy 2009: 8)

Slika 14 Radclyffe Hall s partnericom

4.1.4. Rod i odjeća

Dolaskom novog stoljeća žene žude za promjenom, ne samo u načinu odijevanja nego i položaja u društvu. Odijevanje muške odjeće postaje sve češća pojava među ženama, što je protest protiv nametnutih pravila patrijarhalnog društva. Muškom odjećom one nastoje prekinuti stereotip krhke, nesposobne žene i pokazati da su znatno sposobnije od onoga kakvim ih se smatra u društvu kojim dominiraju muškarci. Još je jedan razlog odijevanju muške odjeće: ona je funkcionalna i praktična što ženska odjeća do tog vremena nije bila. Period između dva rata označava razdoblje istraživanja seksualnosti i pomicanja granica spola. Garçonne djevojke najnoviji su trend, pa nedefinirana seksualnost i androgeni izgled postaju karakteristike *it looka*. Žene izgledom podsjećaju sve više na muškarce, a homoseksualnost je tema koja se sve češće spominje. Lezbijke nose obilježja po kojima se razlikuju od *it djevojaka*, najčešći su posebni ovratnici i kravate, crvena leptir mašna te ravne cipele i ljubičasta boja. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 484.). Redycliffe Hall jedna je od poznatijih lezbijki tog vremena, autorica tada skandaloznog romana *Bunar samoće*, koji je bio zabranjen u Ujedinjenom Kraljevstvu, jedno vrijeme i u SAD-u. Ona je odličan primjer muževnog stila: pušila je cigarete, sjedila raskoračenih nogu s rukama u džepovima, nosila je Eton frizuru. (Berg Encyclopedia 2010 vol 8: 483) Freud u svojoj studiji homoseksualnosti smatra da lezbijku uistinu ne privlače druge žene, već je privlači sama ideja da bude kao muškarac.¹⁰

¹⁰ Freud, S.: *The Psychogenesis of a case of Homosexuality in a Woman*, 1920.



Slika 15 Pajama hlače

Glumice poput Marlene Dietrich i Grete Garbo nose muška odijela i neženstvene haljine, na setu, ali i izvan njega, paradoksalno, istovremeno naglašavajući svoju ženstvenost. Kako žene u filmskoj industriji prihvaćaju muževniji izgled, tako i muškarci pokazuju svoju nježniju stranu kroz odjeću i stil. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 489). Poigravanje rodnim ulogama dovodi do raširene pojave hlače, kao ženskog odijevnog predmeta. Još 1911. godine Paul Poiret predstavlja harem hlače: materijal se pri dnu nogavice širi i

stegnut je elastičnom trakom ispod koljena. Hlače su prihvaćene kao odijevni predmet žena, ali samo za sportsku rekreaciju, za razne sportove poput golfa, tenisa i jahanja.¹¹ Hlače su jedno vrijeme u određenim dijelovima svijeta (poput Norveške) zabranjena odjeća za žene, pa ih je bilo moguće nositi samo uz posebnu dozvolu. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 483)

Nekolicina žena odvažila se nositi muške hlače, često su ih posuđivale od muškaraca ili ih same šivaju. One odvažnije nosile su hlače kao i muškarci, u kombinaciji s košuljom, kravatama, prslucima i sakoima. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 483)

Iako se hlače pojavljuju početkom 20.stoljeća, tek se u tridesetima nose kao dio svakodnevnog odjeće žena.

One su se nosile i kao dio školske uniforme za djevojčice i dječake, stegnute elastičnom vrpcom malo ispod koljena.¹²

¹¹ <https://vintagedancer.com/1920s/did-women-wear-pants/>

¹² ibid

Pajama hlače postaju popularan odjevni predmet za slobodne aktivnosti i odmaranje na plaži. Nosile su se ujutro i uvečer, često za neformalne prigode ili laganu rekreaciju. Izrađuju se od lagane svile, šifona i ukrašavaju čipkom i orijentalnim motivima i printom, često su to elementi kulture Kine i Japana, poput gejši i cvijeća. (Pendergast 2003: 726)

4.1.5. Modni dodaci - žene

Zajedno s odjećom, i obuća tog razdoblja podliježe modnim promjenama, ženska u većoj mjeri nego za muška. Obuća dvadesetih najveću promjenu doživljava otkrivanjem noge, jer kraćim suknjama lijepe i moderne cipele postaju bitan dio izgleda. Nosilo se više vrsta obuće, visine i stila ovisno o godišnjem dobu i prigodi: sportske cipele, dnevne, cipele za ples, pa i obuća za plivanje. Početkom desetljeća vrh cipela išao je u *špic*, sredinom desetljeća se lagano zaobljuje, a krajem desetljeća ide prema kockastom obliku. Najpopularnije su cipele s tankim remenom u obliku slova T ili s jednim ili više remena preko noge. Izrađuju se od raznih vrsta životinjske kože, pliša i satena ili platna za sportsku obuću. Za sport je popularna dvobojna obuća, najčešće crno-bijela kombinacija. Početkom desetljeća obuća je zemljanih, neupadljivih boja, a nešto kasnije nose se šarenije, upadljivije boje i uzorci. Najljepše ukrašene bile su večernje cipele za ples: sjajne kopče, urkasno kamenje, resice i šljokice dekoriraju obuću u grčkom i orijentalnom stilu. (Pendergast vol 4. 2003: 773)

Uz obuću se nose i odgovarajuće torbice, za dnevne i večernje prigode. Izrađuju se od raznih tkanina ili od kože, fokusirajući se na dekoraciju, pogotovo za večernje torbice s lancem koje su znale biti prekrivene detaljno ušivenim perlama i šljokicama.

Nove frizure zahtijevaju i nova oglavlja, od kojih je najpopularniji francuski Cloche šešir. Cloche šešir priljubljen je uz glavu poput kacige. Većina šešira ukrašena je vrpcom ili dekorativnim brošem, dok su neki nošeni i bez dekoracija. Šešir se često nosio nakrivljen prema naprijed, otkrivajući vrat, ili nakrivljen u stranu. (Pendergast vol. 4 2003: 755) Osim ukrašavanja vrpcoma,



kamenčićima, perlicama i krznom, šešir se ukrašavao i nabiranjem materijala od kojeg je **Slika 16 Cloche šešir**

napravljen. Oko vrata se obavezno nosi šal, neovisno o prilici i godišnjem dobu. Krzneni, pernati i svileni šalovi nose se labavo ili čvrsto uz vrat, ponekad pridržan brošem. Na rukama se u ljetnim mjesecima nose platnene rukavice, dok se zimi ruke štite od hladnoće kožnim dekoriranim rukavicama. Kratak period nosi se krzno lisice, nerca preko ramena, ne kao zaštita od hladnoće, već kao dekoracija.(McEvoy 2009: 9)

Od nakita je popularno drago kamenje poput dijamanta, rubina i bisera, sve dok Coco Chanel ne popularizira umjetne bisere, plastične narukvice i duge glomazne ogrlice. Otkrićem Tutankamonove grobnice 1922. godine, mnogi elementi egipatske kulture unose se u odjeću i nakit, poput broševa u obliku skarabeja i narukvica za nadlakticu u obliku zmije. Brojni umjetnički pokreti tog razdoblja također imaju utjecaja na nakit i razne modne dodatke, poput bogato dekoriranih kutijica za puder, upaljača i kutijica za cigarete. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 411)

4.1.6. Frizura

Do Prvog svjetskog rata duga kosa bila je simbol ženstvenosti i elegancije, šišala se jedino u slučaju teške bolesti. Tijekom dvadesetih kratka kosa postaje simbol odvažnosti i oslobođenja. Trend kratke kose vrlo brzo se širi diljem svijeta, a broj frizerskih salona povećava se u kratkom roku. Ovisno o odvažnosti, žene su birale između tri nova stila. *Bob* frizura najduža je bila varijanta, dužine do uha ili vilice, s ravnim šiškama. Nešto kraća varijanta bila je *Shingle*, blago uvijena kosa, na vratu ošišana u obliku slova V, popularizira je glumica Louise Brooks. Krajem desetljeća javlja se dotada najkraća, *Eton* frizura, slično zalizana poput frizure muškarca. (Pendergast vol 4. 2003: 761)

Popularni su i valovi u kosi, postignuti ukosnicama ili vrućim peglama za kosu, a s obzirom na sve te promjene nije iznenađenje da su starije generacije njima bile šokirane, nazivajući ih neprimjerenima. Nekim ženama čak se prijetilo otkazom, u nadi da će odustati od novog stila frizure, dok su neki liječnici javno tvrdili da šišanje na kratko uzrokuje gubitak kose i ćelavost.



4.1.7. Šminka

Inspirirajući se glumicama nijemog filma žene tog razdoblja postupno počinju eksperimentirati sa šminkom. Filmske zvijezde poput Clare Bow, Louise Brooks i Glorije Swanson, nosile su šminku kako bi naglasile ekspresiju lica u crno bijelim filmovima, pa su tamni ruž, crna maskara i

Slika 17 Clara Bow

naglašene oči postale njihov zaštitni znak. Obrve su tanke, iscrtane tamnom olovkom, oči su naglašene maskarom i obrubljene crnom olovkom. Na oči se nanose sjenila raznih boja, na usta tamni ruž, tako da usne dobiju srcoliki oblik, a na nokte se nanosi lak crvenih i ružičastih nijansi. Svjetliji puder i rumenilo u ružičastim nijansama vrlo su popularni, a s kontrastnim i upadljivim crnim nijansama na očima stvoren je *vamp look*. (Herald 2006: 37)

Otkriće Tutankamonove grobnice imalo je odjeka i u šminkanju: postaju popularne crne linije na kapcima i naglašene oči, a utjecaja je imao i ruski balet koji je promovirao tamno crvena usta i raskošne boje na očima.

Šminkanjem žene naglašavaju seksualnost, a crvenim ružem i crno obrubljenim očima izazivaju pažnju i šokiraju. S popularnošću šminkanja snažno se razvija kozmetička industrija koju predvode Elizabeth Arden, Helena Rubenstein i Max Factor. Još jedna novost je proizvodnja šminke u prijenosnim pakiranjima, poput ruževa u tubi i kompaktnih pudera s ogledalom. Žene sada šminku nose u torbicama, popravljaju ruž i maskaru u javnosti, još jedna pojava nezamisliva u ranijim razdobljima. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 10: 422)

4.2. Muška moda

Dok žensko odijevanje prolazi kroz velike promjene, muška odjeća ne donosi velike novosti. Tu su promjene suptilne, poput upotrebe različitih materijala i boja, nešto užeg kroja i novih odjevnih predmeta. (Lehman 2013: 50) Još jedna promjena je uvođenje sportske odjeće, koja omogućuje i muškarcima i ženama lakše kretanje i bavljenje sportom.

Dnevna odjeća muškaraca bila je ista za sve društvene slojeve. Razlika između bogatih i siromašnih bila je vidljiva u odabiru boja, u kvaliteti izrade i kvaliteti materijala. Europska aristokracija često započinje i diktira modne trendove i popularizira odjevne predmete. Formalna odjeća i novi sportski stil bila su obilježja višeg društvenog statusa. (Hamlin 2004: 64) Muško odijevanje i modu diktiraju trendovi i odjeća krojača iz Londona.

Princ Walesa za tadašnje je pojmove bio najbolje odijeven muškarac, a njegov stil oponašali su muškarci diljem Europe i Amerike. (Lehman 2013: 50)

4.2.1. Svakodnevni izgled

Dnevna odjeća za muškarce ostala je manje više ista, uz blage izmjene i novosti. Kraće jakne, izrađene od vune i tweeda, šireg kroja, širih ramena i nešto užeg struka odijevaju se sa odgovarajućim hlačama. Sakoi dvorednog i jednorednog kopčanja, odgovarajuće hlače i košulja bijele i pastelne boje su uniforma dnevnog odijevanja dvadesetih. Kravate dobivaju nove uzorke i boje, poput prugica i točkica. Nova ljetna varijanta odijela izrađuje se od prozračnijih tkanina poput svile i pamuka, ponekad i s uzorkom pruga. (Pendergast vol 4 2004:726) Od novijih trendova najpopularniji su Oxford hlače, sportska jakna- *blazer* i dolčevita. Još jedan novitet je kombiniranje različitih boja i materijala. Za rekreaciju i neformalne prigode popularan je *college look*. Čine ga *blazer*, flanel hlače i komad svilene tkanine, omotane oko vrata slično poput kravate. (McEvoy 2009: 21) Princ Walesa započinje trend pulovera s uzorkom i kratkih hlača ispod koljena. Puloveri s uzorcima kao što su Fair Isle i Argyle, trend su koji se širi preko Atlantika.

4.2.2. Promjene u muškom odijevanju

4.2.2.1. Oxford hlače

Studenti Oxforda 1923. godine započinju trend odijevanja vrlo širokih hlača *Oxford bags*. Oxford hlače bile su dovoljno široke da se lako odijenu preko kratkih hlača, koje tada fakultet nije dopuštao. (Pendergast vol. 4 2003: 734) Trend vrlo širokih hlača postupno se širi i na druge fakultete diljem Europe i Amerike, ali i izvan krugova fakulteta.



Slika 18 Oxford hlače

Iste su širine – koja zna doseći i do 61 centimetra – od struka pa sve do cipela, a odijevaju ih u kombinaciji sa dolčevitom. Popularne hlače od flanela nosile su se u raznim bojama, od crne, sive i bež, pa sve do upadljivijih boja poput lavande ili svijetlo zelene. *Oxford* hlače simbol su smionosti i slobode mladih generacija tog doba. (Pendergast vol. 4 2003: 735)

4.2.2.2. *Blazer*

Još jedan statusni simbol koji se pojavljuje dvadesetih godina bio je *blazer*. Prva mornarsko plava sportska jakna nastala je 1830. godine, dizajnira je kapetan britanskog broda *Blazer*. (Pendergast vol 4 2003:733) Dvadesetih godina mu raste popularnost, muškarci ga odijevaju za sportska događanja, a jedriličarski i slični sportski klubovi ga ukrašavaju svojim grbom, ušivenim na prsnom džepu. Krajem desetljeća blazer postaje uniforma za studente europskih i američkih fakulteta pa blazeri raznih koledža imaju našivene džepove s grbom. Obje vrste jakni imale su dugmad od mesinga na koje se utiskivao ili ugravirao njihov grb. Kako se *blazer* povezuje sa članstvom u uglednom klubu i skupim obrazovnim ustanovama, sve više muškaraca ga počinje nositi bez obzira na društveni sloj. (Pendergast vol 4. 2003: 734)

Kratak vremenski period obilježila je popularnost krznenih kaputa, češća kod muškaraca nego žena. Ekstravagantni i upadljivi, kaputi od krzna savršeno utjelovljuju slobodni duh dvadesetih. Privilegirani pripadnici društva biraju krzno rakuna za zimske vožnje u svom Ford T automobilu. Krzno se u početku povezuje s bogatstvom i

aristokracijom, kasnije ga populariziraju poznati sportaši, a nedugo nakon toga i studenti diljem Amerike. (Pendergast vol. 4 2003: 740)

4.2.2.3. Gangster look

Gangsterski stil bio je popularan način odijevanja dvadesetih. 1920. godine u SAD je donesen zakon o zabrani alkohola, što je uzrokovalo porast ilegalnih tvornica i klubova te širenje gangstera diljem Amerike. Kako su puno pažnje pridavali izgledu, odjeća im je bila skupa, upadljiva i moderna.



Slika 19 Gangster look - Al Capone

Njihova odjeća i prisutnost na naslovnica novina, poput poznatog Al Caponea, utjecali su na modu Sjedinjenih Američkih država i Europe od dvadesetih pa sve do četrdesetih godina. Tipičan *gangster look* uključuje tamno odijelo s odgovarajućim prslukom, bijelu košulju, svilenu kravatu sa ukrasnom iglom, svilenu maramicu u prsnom džepu i fedora

šešir. Na cipele se dodaju štitnici-*spats*, iako su služili više kao ukras, stvarajući izgled čizme. Bijeli *spats* štitnici s vremenom postaju zaštitni znak gangstera. (Lehman 2013: 33)

4.2.2.4. Muški modni dodaci

Modni dodaci imaju bitnu ulogu u odijevanju i muškaraca i žena. Bitan dio odijevanja muškaraca uključuje šešire, nose ih u svim prigodama. Zimi je popularan šešir od filca, a ljeti slamnata verzija popularnog fedora šešira. Zimske boje uključuju crnu, sivu i smeđu, dok ljeti nose svjetlije nijanse poput bijele i bež. Muškarci koji prate modu nose bijele, krep, svilene i pamučne šalove za razna društvena događanja poput sportskih natjecanja. Muški tregeri u početku se smatraju donjim rubljem, no s vremenom postaju šareniji, dekorativniji i dopušteno ih je pokazati u neformalnim prilikama. Od obuće se najčeće nose obične ravne cipele u bež, smeđoj i crnoj boji, a među mlađim generacijama često se pojavljuju dvobojne Oxford cipele. Uz cipele se kombiniraju vunene i pamučne čarape u bež i crnoj boji. Ubrzo se širi trend žarkih boja i uzoraka na čarapama, koje se nose uz kratke hlače te pullover za sportska natjecanja i golf. Dvije vrste rupčića se stavljaju u džep na prednjem dijelu jakne, jedan za korištenje i jedan za dekoraciju. (McEvoy 2009: 16) Većina muškaraca nosi nakit, razne satove, narukvice i prstenje, često nose i zlatne igle ukrašene dragim kamenjem, koje pridržavaju ovratnik.

4.3. Sportska odjeća

Završetkom Prvog svjetskog rata puno više pažnje pridaje se zdravlju i bavljenju sportom i raznim aktivnostima na otvorenom. Osunčana put po prvi put u povijesti prestaje se povezivati s nižom klasom, sada se povezuje sa skupim ljetovanjima i modernim stilom života. (McEvoy 2009: 22)

Sport je na vrhuncu popularnosti, donoseći sa sobom novi, oslobođeniji način odijevanja i odjevnih predmeta. Zahvaljujući popularnosti rekreacije, ženama se pruža prilika odijevati se slobodnije i praktičnije. Različiti sportovi poput tenisa, jahanja, skijanja i golfa, zahtijevaju specifičnu odjeću. Odjeća za tenis uključivala je jednostavnu bijelu pamučnu haljinu, dužine do koljena, U ili V vratnog izreza, kratkih rukava. (Lehman 2013: 9, 10)



Slika 20 Suzanne Lenglen

Teniske zvijezde Suzanne Lenglen i Helen Wills predvode modnu revoluciju otkrivenih ruku i suknji do koljena. Suzanne Lenglen često je dolazila na teren potpuno našminkana, u dugom krznenom kaputu, kratkoj suknji i uskom gornjem dijelu bez rukava. (McEvoy 2009: 23) Bill Tilden, američka zvijezda tenisa, opisao je njen izgled kao nešto između primadone i prostitutke.¹³ Odjeća za skijanje uključuje hlače sužene prema

¹³ <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/05/24/suzanne-lenglen-the-original-tennis-diva-of-the-1920s-who-brought/> 16.08.2017.

gležnjevima, a odjeća za jahanje oponaša odjeću muškaraca i isto uključuje oko gležnjeva sužene hlače. Golf ne zahtijeva posebnu odjeću za žene, suknja od tvida i džemper s niskim Oxford cipelama najčešća su odjevna kombinacija. (Lehman 2013: 43)

Osim bavljenja sportom, gledanje sportskih natjecanja još je jedna popularna aktivnost dvadesetih. Modno osviještena publika oblači se ovisno o godišnjem dobu i vrsti sporta – *spectator style*. Razna sportska natjecanja održavala su se u raskošnim resortima. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 3: 337) Muškarci nose odjeću sličnu igračima golfa, prsluk, sako i kratke hlače stegnute ispod koljena, sa čarapama Argyle uzorka. Za teniski meč također se nosi odjeća slična igračima, jedina je razlika što oni na terenu nose isključivo bijelo.

Žene nose blago raširene naborane suknje do koljena, u bijeloj i bež boji, dok muškarci nose bijele flanel hlače s modrom sportskom jaknom. Kasnih dvadesetih i muškarci i žene nose crno-bijelu obuću u sportskom stilu, žene najčešće u kombinaciji s kožnom torbicom u istim bojama. (Pendergast vol. 4 2003: 734)



Slika 21 *Spectator Style*

Poznati sportaši glavna su inspiracija za sportsko odijevanje. Francuska teniska zvijezda Jean Rene Lacoste kao i američki tenisač Bill Tilden, predvode trend pamučnih polo majica sa ovratnikom. Početkom dvadesetih Lacoste dekorira lijevu stranu prsa uvezenim krokodilom, po uzoru na svoj nadimak. Lacoste započinje proizvodnju i prodaju polo majica sa ušivenim krokodilom za tenis, jedrenje i golf, a po prvi puta

zaštitni znak se pojavljuje s prednje vanjske strane odjevnog predmeta.(Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 188) Još jedna zvijezda tog razdoblja bio je Charles Lindberg, mladi pilot koji je prvi samostalno preletio Atlantik, postavši zvijezda preko noći. Replike njegove aviatorske jakne masovno se proizvode i odijevaju na sportskim natjecanjima. (Pendergast vol. 4 2003: 747)

Sunčanje i plivanje na plažama i skupocjenim odmaralištima glavne su ljetne aktivnosti. Kostimi za plažu dobivaju novo ruho i olakšavaju plivanje. Jantzen kompanija 1921. patentira i počinje proizvoditi muške i ženske kostime od rastezljive tkanine koja je zadržavala oblik u mokrom i suhom stanju i nije zadržavala vodu. Kostimi se proizvode posebnim automatiziranim kružnim strojevima za pletenje, sličnim onima za proizvodnju čarapa. (Pendergast vol. 4 2003: 747) U dvadesetima žene prestaju nositi čarape za plivanje, a muški i ženski kupaći kostimi nalikuju jedni drugima, oba kostima pokrivaju torzo i otkrivaju ruke. Ranih dvadesetih žene nose kupaći u dva dijela, a čine ga tunika i hlačice. Tunika je padala ravno do bokova, stvarajući ravnu siluetu, dok su hlačice, spojene s tunikom ili odvojene, dosezale od koljena do polovice bedara. Nešto kasnije pojavljuje se jednodijelni kostim sa gornjim dijelom bez rukava i donjim u obliku suknje. Tamnije boje kupaćih kostima zamjenjuju žarke boje. Utjecaj Art Decoa rezultira raznim uzorcima i slikama na kostimima. (Pendergast vol. 4 2003: 745)

4.4. Dizajneri

Na prijelazu stoljeća javlja se generacija dizajnera koji polagano oslobađaju žensko tijelo korzeta i dotadašnje nepraktične odjeće. Uz novu siluetu, dotadašnje neutralne boje zamijenjene su žarkim bojama i bogatim uzorcima i dekoracijama. Radikalna u svojoj jednostavnosti, nova moda predviđena je za vitka, dječaćka tijela, za razliku od korzetirane i podstavljenе ženske figure iz prethodnog stoljeća. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 186)

4.4.1. Paul Poiret

Paul Poiret nastavlja ono što su reformatori haljine krajem 19. stoljeća započeli, iako tvrdi da je on prvi oslobodio žene korzeta. Njegova odjeća uključuje bogato ukrašene kimono ogrtače, široke tunike i harem hlače, ali i *hobble* suknje koje ograničavaju i otežavaju kretanje žene. Sam sebe naziva *celebrityjem*, priređuje bogato ukrašene tematske zabave gdje prezentira svoje kolekcije i vizije, surađuje s ilustratorima i daje izraditi bogato ilustrirane albume svog dizajna. Spaja umjetnost i modu, te smatra da se moda i umjetnost trebaju mijenjati, zajedno s društvom.



Slika 22 Paul Poiret

Dolazak Djagiljevog Ruskog baleta u Pariz ostavlja snažan dojam na Poireta, kao i kostimi Leona Baksta, obojicu inspirira kultura, dizajn i moda Istoka. Na Poireta utječu kazalište, moderna umjetnost i ples. On stvara simbiozu jednostavnog kroja i oblika i luksuznih tkanina inspiriranih Orijentom i Empire stilom. (Berg Encyclopedia 2010 vol 8: 458) Prvi je dizajner visoke mode koji dizajnira i modne dodatke, odijevajući klijente od glave do pete u svoj dizajn.

Njegova modna kuća prodavala je i parfeme, kozmetiku i ostale proizvode za njegu. Iako Poiret uvodi brojne promjene u odijevanje i predvodi trend dizajnera kao *celebrityja*, dolaskom novih dizajnera i trendova, Poiret gubi na popularnosti, a posao mu s vremenom propada. Poiret odbija trend kraćih i jednostavnijih odjevnih predmeta, pa u odnosu na novi stil odijevanja, njegova odjeća izgleda glomazno i nepraktično.

4.4.2. Mariano Fortuny

Još jedan dizajner koji se inspirirao orijentalizmom i oslobodio žensku figuru bio je Španjolac Mariano Fortuny, svestrani umjetnik i inženjer, poznat po posebnoj tehnici tiskanja i bojanja tekstila. Eksperimentira s bojama i uzorcima iz raznih povijesnih razdoblja, ali i kultura Azije, Afrike, Egipta i Grčke. Početkom stoljeća dizajnira Delphos haljinu, inspiriranu odjećom grčkih kipova, haljinu koja je lagano pratila liniju tijela i otkrivala ženske obline. Fortunyjev dizajn karakterizira ručno bojana i fino plisirana svila i ostali posebno obojene i dekorirane tkanine inspirirane srednjim vijekom, Istokom i brojnim drugim razdobljima i kulturama. Iako su Fortuny i Poiret među prvim dizajnerima koji imaju slobodniji dizajn i elemente drugih kultura, Fortunyjev dizajn bio je bezvremenski, dok Poiretov predstavlja stil jednog određenog razdoblja, koji s nadolazećim trendovima gubi na popularnosti. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 127)

4.4.3. Coco Chanel

Dvadesete godine 20.stoljeća predvode dizajnerice poput Coco Gabrielle Chanel, Madeleine Vionnet i Else Schiaparelli. Gabrielle Coco Chanel nije prva dizajnerica koja oslobađa žene od korzeta, ali je to napravila s velikim uspjehom.



Slika 23 Coco Chanel

Uspjeh njenog dizajna može se povezati s tim da je ona sama sebi bila najbolja reklama i utjelovljenje suvremene, slobodne žene za koju je i dizajnirala odjeću. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 458) Bila je dio pariškog kruga umjetnika, pisaca i glazbenika s kojima je često zajedno radila. (Lehman 2013: 19) Suraduje s Jean Cocteauom na njegovim predstavama, te odijeva plesače *Ballets Russes* u svoje jersey kostime i sportsku odjeću (Steele 2005: 265) Zahvaljujući fotografijama i ilustracijama postaje zvijezda i trendseterica, čime je zaintrigirala žene diljem Europe i Amerike. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 129) Usavršuje i promovira *garconne* izgled s vitkom figurom i kratkom kosom, osunčane puti i kratke suknje. Iako je započela posao s dizajniranjem šešira, vrlo brzo širi svoje carstvo i otvara modnu kuću u Parizu, već 1909. godine.

Coco Chanel na vješt način kombinira jednostavnost i eleganciju, inspirirajući se radnom odjećom i ugodnošću muških kardigana, pa često upotrebljava tkanine poput grubog tweeda i ostalih radničkih materijala. Upotrebom *jersey* materijala promovira lako nosive odjevne predmete i sportsku odjeću za žene, iako se jersey do tada koristio za izradu muškog

donjeg rublja. Većina njezine odjeće ravnih je, jednostavnih linija i elegancije koje ne zahtijevaju korzet, predstavljajući stil moderne žene. Ta odjeća omogućuje nesmetano kretanje, bavljenje sportom i opušten, *casual* izgled uz dašak elegancije. Predstavlja koncept sportske odjeće i odjeće za slobodno vrijeme, koristeći tkanine koje su do tada bila obilježje muške odjeće ili niže klase. Paul Poiret naziva njezin dizajn raskošnim siromaštvom, optuživši je da svojom odjećom od vojvotkinja radi najobičnije prodavačice. (Lehman 2013: 13)

Za odabir tkanina i uzoraka inspirira je vojvoda od Westminstera i njegovo društvo iz aristokratskih obitelji. Nakon izleta u Škotsku, svojim kupcima predstavlja *Fair Isle* uzorak i tweed. Inspirira se i brojnim drugim muškim odjevnim predmetima poput beretki, kardigana, radničkih i mornarskih odijela, inspiriraju je i elementi s vojničkih odora poput resica, lanaca i ugravirane dugmadi. (Lehman 2013: 29) Sportske flanel jakne, ravne lanene suknje, mornarski stil, duge jersey veste kombiniraju eleganciju i savršen su izbor za razne dnevne aktivnosti te pristaju svima.

Tipičnu Chanel kombinaciju čini kostim od tweeda ili jerseyja, kratka ravna ili blago naborana suknja i jakna koja seže do bokova, našivenih džepova. Vratni izrez jakne nema ovratnik, a tkanina oko vratnog izreza i rubova prednjeg dijela lagano je obrubljena vrpcom i ponekad ukrašena dugmadi, iako se jakna nosi otkopčana. Uvođenjem hlača u svoju kolekciju istovremeno šokira i



Slika 24 Mlada Coco Chanel u hlačama

oduševljava društvo diljem Europe, ubrzavajući proces prihvatanja hlača kao dnevne odjeće. Coco i sama često nosi široke hlače mornarskog stila, kršeći mnoga tadašnja pravila. Još jedan odjevni predmet izaziva reakciju društva, a to je mala crna haljina. Prvu crnu haljinu dizajnira 1913.godine, ali tek 1926. godine ona postaje popularna, kad je Vogue uspoređuje s Ford automobilom, jednostavnog, svjetskog dizajna. Uvodi novi trend upadljivog nakita, izrađenog od staklenih perlica i raznih drugih materijala. Smatra da nakit ima ulogu dekoracije, a ne pokazivanja bogatstva i moći. Upadljivi nakit odlično pristaje uz ravno rezane i jednostavne krojeve, a 1924. otvara vlastitu radionicu nakita. Njezin nakit bio je odvažan i upadljiv, ogrlice od staklenih perlica, viseće naušnice i plastične narukvice nanizane na rukama i duge ogrlice od umjetnih bisera naglašavaju kretnje i utjelovljuju duh dvadesetih. (Pendergast vol. 4 2003: 765) Iako nije prvi dizajner koji predstavlja i parfem, 1921. godine stavlja u prodaju Chanel No. 5, gdje joj dobra marketinška strategija osigurava popularnost parfema. Od 1921. godine pa sve do danas Chanel No.5 ostao je omiljeni parfem žena diljem svijeta. Osim što je jedna od najpoznatijih dizajnerica 20. stoljeća, bila je i modna ikona ne samo dvadesetih godina nego i desetljeća koja su uslijedila. Njezin praktičan pristup dizajnu čini je bezvremenskom dizajnericom, a upravo to joj i osigurava dugogodišnji uspjeh.

4.4.4. Elsa Schiaparelli

Još jedna poznata dizajnerica tog vremena i suparnica Coco Chanel, bila je Talijanka Elsa Schiaparelli. Obje su kreirale u ovom periodu, kretale su se u istim krugovima, imale su istu klijentelu, ali s potpuno različitim konceptima. Elsa u svojim dvadesetima odlazi u New York gdje radi sa Gaby Picabiom, ženom poznatog dadaista Francisa Picabia i upoznaje

mnoge umjetnike nadrealizma.¹⁴ Nakon SAD-a odlazi u Pariz, gdje na nagovor prijatelja Paula Poireta 1927. godine započinje s dizajniranjem.



Slika 25 Elsa Schiaparelli

Prva kolekcija sastojala se od pletenih džempera s iluzijom kravate i mašni koji postaju njezin zaštitni znak. Najpoznatiji postaje crni džemper s bijelom mašnom koji se pojavljuje u francuskom Vogueu, a radi velike potražnje i uspjeha rezultira otvaranjem modne kuće Schiaparelli. Dizajnira i sportsku kolekciju kupaćih kostima, odjeće za skijanje i lanenih skunji. Kreira i odvojenu suknju, točnije preteču hlača kojima šokira na Wimbeldonu, a nešto kasnije dizajnira večernju odjeću, razne modne dodatke i parfeme. Najpoznatija je po vještom spajanju umjetnosti i mode,

zato surađuje s brojnim umjetnicima, fotografima i dizajnerima interijera, među kojima su najpoznatiji Salvador Dali i Jean Cocteau.

S Dalijem dizajnira haljine s umetcima koji imitiraju kostur, haljinu s raznim crtežima poput one poznate s crtežom jastoga, oglavljem u obliku cipele, dok je Cocteauov crtež žene uvezla na jaknu. Predstavlja nove načine odijevanja, eksperimentira s tkaninama, uzorcima i živim bojama, Schiaparelli magente, prva je dizajnerica koji započinje ideju predstavljanja odjeće na modnoj pisti. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 526)

¹⁴ http://www.metmuseum.org/toah/hd/elsa/hd_elsa.htm

4.4.5. Jeanne Lanvin

Kao i Coco Chanel i Jeanne Lanvin karijeru započinje izradom šešira. Odjeću je u početku izrađivala za svoju kćer, a uskoro raste potražnja za varijantom koja odgovara starijim ženama. Uvodi *Robe de Style*, haljine koje za razliku od ravne siluete dvadesetih imaju voluminozni naglašeni donji dio kompozicije, dok je gornji dio jedostavan i prijanja uz tijelo. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 188) Haljine su romantične, nježne i ženstvene, bogato ukrašene sitnim perlicama, kamenčićima, šljokicama,



Slika 26 Robe de style - Jeanne Lanvin

i cvjetovima, često u stilu Orijenta. Osim sitnih dekoracija, puno pažnje pridavala je i bojama, zato otvara vlastitu tvornicu gdje nastaje poznata Lanvin plava. Njezine kolekcije napravljene posebno za majke i djecu postaju vrlo popularne. Modna kuća Jeanne Lanvin jedna je od najstarijih, a s uspjehom osniva i tvrtku za parfeme i kozmetiku.¹⁵

¹⁵ <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/7134/exclusive-all-you-need-to-know-about-jeanne-lanvin> 25.08.2017.

4.4.6. Sonia Delaunay



Slika 27 Sonia Delaunay i njezine kreacije

Sonia Delaunay bila je slikarica i dizajnerica tekstila, uspješno spajajući modu i umjetnost u jedno. Zajedno s Robertom Delaunayjem, svojim partnerom, istražuje nove koncepte u slikarstvu, spajanjem boja fovizma i oblika kubizma. Sonia često razrađuje ideje preko šivanja i odjeće, poput prekrivača koji uključuje kolaž raznih geometrijskih oblika, neusklađenih boja i tekstura. Djagiljev zapošljava Soniu kao kostimografinju za svoj poznati balet, a nakon rata se vraća u Pariz gdje se pridružuje dadaistima i nadrealistima.

Zajedno s Delaunayjem osniva umjetnički pokret Orfizam. Ranih dvadesetih piše pjesme i šiva ih na zavjesu, navečer je odijevajući kao plašt. Dvadesetih godina uspješno dizajnira odjeću i za nešto komercijalniju publiku. (Berg Encyclopedia 2010 vol. 8: 127) Otvara vlastiti studio, dizajnira odjeću, ali i dekorira i izrađuje tkanine, tako da ima potpunu kontrolu boja i uzoraka nad cijelom kolekcijom. Izrađuje odjeću visoke mode, ali žarkim

bojama i geometrijskim oblicima unosi dozu dramatičnosti. Sonia Delaunay dizajnerica je koja uspješno spaja umjetnost i modu, prenoseći različite boje i oblike iz slikarstva na tekstil, stvarajući odjeću koju moderne žene dvadesetih rado nose.¹⁶

4.4.7. Madeleine Vionnet

Među dizajnerima koji pridonose modi dvadesetih bila je i Madeleine Vionnet, koja pametno koristi materijal za izradu odjeće. Režući tkaninu dijagonalno stvara haljinu lijepog pada, koja prijanja uz žensko tijelo. Često su je nazivali majstorom manipulacije tkaninom. Njezine se haljine lako odijevaju i skidaju, ne zahtijevaju kopčanje ni vezanje i prate liniju tijela. Zahvaljujući dijagonalnom rezu, žene se mogu bez problema kretati i plesati, a Vionnet se uzdiže među najpoznatije dizajnere dvadesetih i tridesetih. Suraduje i s Ernestom Michahellesom, poznatijim pod pseudonimom Thayaht, povezanim s talijanskim futuristima i poznatim po revolucionarnom dizajnu TuTa odjevnog predmeta. Tuta je izrađena od jednog komada tkanine i prekriva cijelo tijelo. Osim odjeće dizajnirao je i namještaj i sudjeluje na mnogim izložbama i projektima tijekom dvadesetih i tridesetih.¹⁷

4.4.8. Jean Patou

Jean Patou među dizajnerima je koji predvode revoluciju sportske odjeće, a brendiranjem i samopromocijom među prvima razvija potrebu za *ready-to-wear* odjećom za klijente. Dvadesetih godina izrađuje dizajnerske kravate od materijala za ženske haljine i poznate džempere s elementima kubizma koji postaju popularni komadi mode dvadesetih. Stvara udoban i elegantan dizajn za moderne žene, poput pletenih kupaćih kostima i suknji za tenis. Osniva svoju modnu kuću, a poznata tenisačica Suzanne Lenglen postaje sportska

¹⁶ <https://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1253-view-1920s-profile-sonia-delaunay-1.html#photo> , 25.08.2017.

¹⁷ <https://theartstack.com/artist/thayaht/tuta> , 13.08.2017.

ambasadorica kuće Patou. Inspirira se umjetničkim pokretima, antičkom grčkom i srednjim vijekom, miješajući te utjecaje s geometrijskim linijama i kontrastnim bojama, njegovim zaštitnim znakom.¹⁸

¹⁸ www.jeanpatou.com, 25.08.2017.

5. ZAKLJUČAK

Dvadesete godine 20. stoljeća uzbudljivo su povijesno razdoblje, period prosperiteta, dinamičnosti i ekstravagancije. Desetljeće je to koje se, iz perspektive prijašnjih razdoblja, a posebno za žene, isticalo po novom pogledu na svijet i slobodi. Takvu slobodu na svim planovima, svijet će opet doživjeti tek šezdesetih.

Frustracija rata te smrt i patnja s kojom su se svakodnevno suočavali oblikuje generaciju koja je sklona hedonizmu, a razvoj masovne industrije i rast standarda života, omogućuje im, po prvi put u povijesti, pristup proizvodima široke potrošnje. Društvo toga vremena spremno je odbaciti tradiciju i pravila u svakom segmentu društvenog života na što spremno odgovara i moda, pogotovo ženska, koja ženi novog vremena otvara prostor slobode. Optimizam dvadesetih dovodi do razvoja industrije zabave, oslobađa društvo inhibicija i okova tradicije, a život konačno izgleda mjestom užitka i slobode.

Simbolično, burne dvadesete završavaju padom burze i inflacijom, čime započinje razdoblje Velike depresije, ne samo gospodarske, koja ponovno donosi pesimizam.

6. LITERATURA

Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, Volume 10: Global Perspectives Editor: Joanne B. Eicher, University of Minnesota, USA Assistant Editor: Phyllis Tortora, Professor Emerita, Queens College, City University of New York, USA and Consultant, 2010.

Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, Volume 3: The United States and Canada Editor: Phyllis Tortora, Professor Emerita, Queens College, City University of New York, USA Consultant: Joseph D. Horse Capture, Minneapolis Institute of Arts, USA, 2010.

Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion, Volume 8: West Europe Editor: Lise Skov, Copenhagen Business School, Denmark Consulting Editor: Valerie Cumming, Costume Society and formerly Museum of London, UK, 2010.

Boyer K.: *Flappers: A Guide to an American Subculture*, Heinemann Educational Books, UK, 2009.

Curell S.: *American Culture in 1920s*, Edinburgh University Press, 2009.

Fitzgerald, F.S.: *Veliki Gatsby*, Zagreb: Bookglobe, 2002.

Hamlin A. Kimberly: *Bathing Suits and Backlash: The First Miss America Pageants*, New York: Palgrave/St.Martin's, 2004.

Herald J.: *Fashions of a Decade: The 1920s*, Chelsea House Publications, New York February 1, 2006.

Lehman L.: *Fashion in the Time of the Great Gatsby*, Shire Publications, SAD, September 24, 2013.

Marcovitz H.: *The Roaring Twenties*, Reference Point Press, SAD, 2012.

McEvoy, A.: *The American West* (Costume and Fashion Source Books), Chelsea House Publications; New York, 2009.

Pendergast S., Pendergast T., Hermesen S.: *Fashion, costume, and culture clothing, headwear, body decorations, and footwear through the ages*. Volume 4-UXL, The Gale Group Inc 2003.

Simončič, K.N.: *Kultura odijevanja u Zagrebu na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće*, Plejada, Zagreb, 2012.

Steele V.: *Encyclopedia of Clothing and Fashion*. Volume 1, Charles Scribner's Sons, 2005.

ILUSTRACIJE

- SLIKA 1: <http://www.history.com/topics/roaring-twenties> 25.07.2017.
- SLIKA 2: <https://www.pinterest.com/pin/350577152219942810/?lp=true> 25.07.2017.
- SLIKA 3: <http://roaringtwentiesma.weebly.com/automobiles.html> 25.07.2017.
- SLIKA 4: <https://www.paredro.com/wp-content/uploads/2014/01/chicago.jpg> 03.08.2017.
- SLIKA 5: <https://www.pinterest.com/pin/139752394662852692/?lp=true> 03.08.2017.
- SLIKA 6 : <http://www.nydailynews.com/new-york/nyc-prohibition-days-gallery-1.51845>
15.08.2017.
- SLIKA 7: <https://silverandexact.files.wordpress.com/2012/11/self-portrait-in-the-green-bugatti-tamara-de-lempicka-1925.jpg> 15.08.2017.
- SLIKA 8: https://theredlist.com/media/database/fashion2/history/1910/leon_bakst/21-leon-bakst-theredlist.jpg 15.08.2017.
- SLIKA 9: <https://www.pinterest.com/pin/369506344401394015/> 20.08.2017.
- SLIKA 10:
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c9/Expo_Arts_deco_Paris_1925.jpg/220px-Expo_Arts_deco_Paris_1925.jpg 25.08.2017.
- SLIKA 11: <https://idrivef.wordpress.com/2017/05/13/how-to-hail-a-taxi/> 25.08.2017.
- SLIKA 12: <https://i.pinimg.com/564x/d1/6c/bf/d16cbf109fb5703f553f4efab4fca44b.jpg>
25.08.2017.
- SLIKA 13: <https://www.pinterest.com/pin/495255290251859805/> 25.08.2017.
- SLIKA 14: <http://www.glreview.org/wp-content/uploads/2014/11/HallUna-1927.jpg>
25.08.2017.
- SLIKA 15: <https://fascinationstreetvintage.files.wordpress.com/2015/06/pyjamas-2.jpg?w=736> 25.08.2017.
- SLIKA 16: <https://i.pinimg.com/736x/0c/f9/cd/0cf9cdf64cf061fc8e03ebd7bfd5b895--louise-brooks-cloche-hats.jpg> 27.08.2017.
- SLIKA 17: <https://st.kp.yandex.net/im/kadr/5/0/9/kinopoisk.ru-Clara-Bow-509861.jpg>
27.08.2017.
- SLIKA 18: <https://i.pinimg.com/originals/8b/90/e1/8b90e1d9c0d50ae768fa9d345cc4c6ee.jpg>
27.08.2017.
- SLIKA 19: http://danielnbookreport.weebly.com/uploads/2/6/7/2/26724414/6841524_orig.jpg
29.08.2017.

SLIKA20: http://www.telegraph.co.uk/content/dam/technology/2016/05/24/SuzanneLenglen_t_rans_NvBQzQNjv4Bq9ib4wCbGPGgIbG5MT518GxblJsppCi1aoG3X8izRSZw.jpg?imwidth=1240 29.08.2017.

SLIKA 21: <https://i.pinimg.com/originals/74/5f/2c/745f2c7b07b82a95f778956ea06b191e.jpg> 31.08.2017.

SLIKA 22: http://images.vogue.it/imgs/galleries/encyclo/stilisti/012744/vv2125-4423193_0x420.jpg 31.08.2017.

SLIKA 23: <http://glange.net/uploads/images/00/00/11/2015/08/14/c7a6af.jpg> 31.08.2017.

SLIKA 24: <https://assets.wonderlandmagazine.com/uploads/2013/09/Womens-Trousers-e1378303054843.jpg> 31.08.2017.

SLIKA 25: <https://i.pinimg.com/736x/7f/fb/c2/7ffbc2dd90d51d97d9707a1195e2d2de.jpg> 31.08.2017.

SLIKA 26: <https://i.pinimg.com/originals/30/10/79/3010798624bc720c2654b2cd38f1826e.jpg> 31.08.2017.

SLIKA 27: <https://girlsdoilm.files.wordpress.com/2015/03/sonia-delaunay.jpg?w=768> 31.08.2017.